

STIHL ESPAÑA, MENCIÓN ESPECIAL EN EL PREMIO INTERNACIONAL MEJOR MODELO DE NEGOCIO 2019

La filial española de STIHL, líder mundial de fabricación de maquinaria forestal y de jardinería, ha sido galardonada con la **mención especial “Estrategia Comercial y de Clientes”** en la X Edición del **Premio Internacional al Mejor Modelo de Negocio 2019**, otorgado por Development Systems en colaboración con la APD (Asociación para el Progreso de la Dirección).

El Director Gerente de STIHL en España, **Bernhard Iber**, ha recogido este prestigioso galardón, un referente en el mercado desde hace 10 años, en un acto celebrado en el Hotel NH Collection Eurobuilding, en Madrid. Iber ha estado acompañado por el equipo de mercado de STIHL, también presente en la entrega: Oriol Pina, Director de Ventas; Inés Hidalgo de Cisneros, Directora de Marketing; y Javier Sicilia, Director Servicio Posventa y Formación.

Claves que han definido esta mención especial

El Jurado, formado por altos directivos de grandes empresas como **SEUR, MAPFRE, Porsche, Endesa, Oracle, Vodafone, LG, Bankinter, FM Logistics, John Deere, BASF o Loomis**, ha destacado de STIHL «el especial cuidado que mantienen y la forma de relacionarse con su red de distribución y cliente final, así como el traslado que hacen de su cultura de empresa y ADN B2B2C». En palabras de **Tomás Villén**, Director General & CEO de Porsche Ibérica y miembro del Jurado, «Hemos considerado a STIHL como merecedor de la mención a Estrategia Comercial y de Clientes por dos motivos fundamentales: En primer lugar, **su carácter de empresa familiar e independiente**, con gran solvencia financiera, recursos propios, estructura de fabricación propia, crecimiento orgánico y gran inversión en desarrollo de I+D. En segundo lugar, su capacidad de plantear **estrategias comerciales a largo plazo**: la Planificación siempre es necesaria, pero especialmente diferencial en los momentos de cambio; hoy los hábitos del consumidor evolucionan de forma muy rápida y adelantarse a estas situaciones es clave. Es algo que STIHL hace a la perfección. Con valores que se anticipan a los nuevos tiempos y con una orientación obsesiva por el cliente».

Por su parte **Jaime Camacho, Socio Director de Development Systems**, empresa organizadora del Premio Internacional al Mejor Modelo de Negocio, resume las claves del éxito de STIHL en cuatro puntos: además de su carácter de **empresa familiar** orgullosa de su independencia («que se refleja en la esencia misma de sus valores») y su **ejemplar planificación a largo plazo** de estrategias y relaciones, destaca la **coherencia** a la hora de trasladar sus valores a todos los estamentos de la compañía («Priman y cultivan las buenas relaciones personales y avalan su comportamiento con un fuerte compromiso de ejemplaridad de los mandos») y el **proteccionismo** y estrecha relación con sus distribuidores («He visto muy pocas compañías que protejan más, con más dedicación y preocupación a todos los pequeños empresarios que conforman su red de distribución»).

Un galardón, como subraya la propia Organización, que premia «a las compañías que se cuestionan permanentemente su modelo y son capaces de mejorarlo y adaptarlo a las necesidades del mercado y de sus clientes». Así como «el reconocimiento a un modelo de negocio, al esfuerzo y el trabajo del factor humano, que es el responsable primero del éxito».

Tras agradecer el premio otorgado a STIHL España, **Bernhard Iber** ha resaltado que la red de distribución especializada ha sido, es y será un pilar de la política comercial de la compañía en España y a nivel mundial. «Solo a través de nuestros 50.000 distribuidores podemos ofrecer el asesoramiento y el servicio que el cliente espera de una marca premium como STIHL. Ya lo dijo nuestro fundador, **Andreas Stihl** en 1952: **Una motosierra es solo tan buena como el servicio que la acompaña.**»

Otros valores diferenciadores de STIHL

A la hora de tomar su decisión, el Jurado del Premio Internacional al Mejor Modelo de Negocio ha valorado fundamentalmente la **Estrategia Comercial y de Clientes** de STIHL en España, que es precisamente lo que le ha valido la Mención Especial en esta X edición. Un plan basado en puntos como: los criterios de calidad, el proyecto Premium, Mystery Shopping o el Círculo de Jóvenes Distribuidores, creado para apoyar a las nuevas generaciones en el desarrollo de sus negocios. El Plan incluye también una **estrategia 360° B2C** para llegar a sus clientes (televisión, radio, patrocinios deportivos, digital, ferias, eventos...) y una **estrategia B2B personalizada** para sus distribuidores (portal comercial, App del Distribuidor, Encuentros STIHL por toda la geografía española, viajes a fábrica...).

Otros aspectos diferenciadores de STIHL que ha tenido en cuenta el Jurado, han sido:

- **Su gran vocación internacional.** Presencia en más de 160 países, 38 filiales de venta, más de 50.000 distribuidores, más de 17.122 empleados, una facturación de 3.700 millones de euros e inversiones de 324 millones. Además, desde 1971 es la marca de motosierras más vendida en el mundo.
- **Su liderazgo mundial.** STIHL es líder en innovación, fabricación y comercialización de maquinaria de jardinería, forestal y agrícola.
- **Red de distribución especializada.** La única marca que no se encuentra en canales de venta masivos, en España y en el mundo. Un servicio premium que asesora a sus clientes antes, durante y después de la compra.

Por último, resaltar que durante la jornada el **Director Gerente de STIHL, Bernhard Iber**, participó en la mesa “La Red de Distribución como catalizador de la estrategia”, junto a **Tomás Villén, Director General & CEO de Porsche**, y **Carmen Hinchado, Directora de Atención al Cliente de Endesa**, moderada por **Jaime Camacho, Socio Director de Development Systems**.

Sobre STIHL

El grupo alemán STIHL es líder en la fabricación y comercialización de maquinaria de jardinería, forestal y agrícola. Fundada en 1926, cuenta con 38 filiales propias, más de 17.000 empleados y una facturación de unos 3.800 millones de euros. STIHL fabrica sus productos en siete países con 9 plantas: Alemania, Estados Unidos, Brasil, Suiza, Austria, China y Filipinas. Sus productos se venden exclusivamente a través de más de 50.000 tiendas especialistas en 162 países. El Grupo STIHL lleva en España desde 1985 y dispone de más de 1.000 puntos de venta en todo el territorio nacional.

SHERIDAN comunicación ☎ Teléfono: 91 535 00 68 ☎ Mail: prensa@sheridan.es ☎ web: sheridancomunicacion.es